

BAB II

GAMBARAN UMUM TRANSPARK CIBUBUR

2.1 Profil Transpark Cibubur

PT Trans Property dimulai dari perusahaan yang bernama PT Para Inti Propertindo sejak tahun 1996, yang sudah berganti nama menjadi PT Trans Property pada tahun 2007. PT Trans Property merupakan salah satu unit usaha dibidang properti milik CT CORP. *Project* pertamanya yaitu *Superblock* Transpark Cibubur yang merupakan kawasan Superblok pertama di wilayah Cibubur pembangunan yang di kembangkan oleh pengembang pembangunan *superblok* ini akan dibangun di atas tanah dengan luas lahan 4 hektar yang akan dilengkapi dengan *Luxury* Apartemen, Hotel Bintang 3 dengan jumlah 400 kamar, akan dibangun juga pusat perbelanjaan dengan konsep *1st class mall*, serta tempat hiburan *World Class Theme Park*. Transpark Cibubur merupakan kawasan *prime location* karena berada di lokasi yang strategis. Desain Transpark Cibubur di konsep oleh arsitek ternama salah satunya yang juga mendesain untuk beberapa mega proyek di negara seperti China, Abu Dhabi dan Turki. Sedangkan untuk konsep design apartemennya di desain oleh Megatika. Kantor pusat Transpark Cibubur berada di jalan Gatot Subroto kav. 55, Jakarta Selatan.

Dikutip dari bisnis.com “Di proyek properti terintegrasi terbesar di Cibubur itu, WEGE (Wijaya Karya Bangunan Gedung Tbk) mengerjakan pekerjaan struktur, arsitektur, mekanikal elektrik, dan plumbing dalam waktu 605 hari dengan nilai kontrak mencapai Rp1,5 triliun. Untuk pekerjaan struktur dimulai pada 17 Februari 2017, kemudian pekerjaan arsitektur, mekanikal, elektrik, dan plumbing dimulai pada 21 Februari 2018. Rencananya, keseluruhan pengembangan akan dirampungkan pada 30 November dengan masa pemeliharaan 12 bulan. Bangunan superblok itu memiliki gedung utama seluas 390.315,9 meter persegi dengan total

luas lahan 4 hektar yang terdiri dari 9 podium, hotel 14 lantai, tower 32 lantai sebanyak 3 unit, dan 4 lantai basement.”

Adapun visi dan misi yang dimiliki oleh Transpark yang berlandaskan dari CT CORP. Berikut merupakan visi dan misi CT CORP.

Tabel 1.1

Visi dan Misi Perusahaan

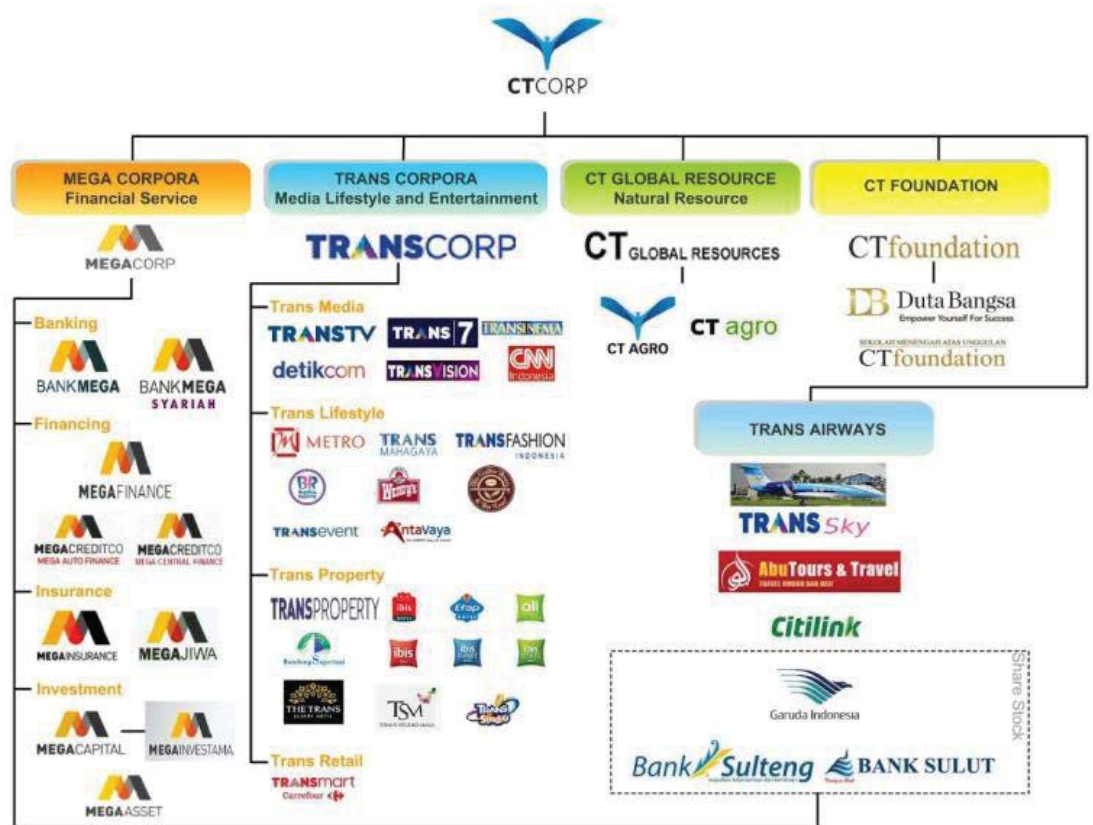
Visi	Misi
Melebihi harapan konsumen melalui pemahaman yang luar biasa dari kebutuhan mereka dan aspirasi dengan kewirausahaan yang inovatif, bertanggung jawab untuk membantu Indonesia mencapai kejayaan yang baru.	<ul style="list-style-type: none"> a. Untuk terus berinovasi dan menambah nilai ke seluruh penawaran produk dan layanan kami untuk kepentingan pelanggan kami. b. Untuk membangun hubungan bisnis strategis dengan para pemangku kepentingan utama kami termasuk pemasok, investor, dan mitra. c. Untuk memberikan kesempatan yang luar biasa dan lingkungan kerja terbaik.

2.1.1 Struktur Organisasi Perusahaan

Transpark merupakan proyek properti apartemen pertama yang dibuat oleh CT CORP. Dengan pengalaman yang banyak dalam berbisnis, maka tidak diragukan lagi untuk pemilik CT CORP yaitu Chairul Tanjung untuk mendirikan Apartemen berkelas dunia. Tanpa bisnis-bisnis properti lainnya yang sudah pernah digeluti, Trans Property menjadi kekuatan dan kepercayaan sebagai developer dalam membangun Transpark pertama di Cibubur. Berikut gambaran bidang-bidang usaha milik CT CORP.

Gambar 1.2

Struktur Bidang Usaha CT CORP



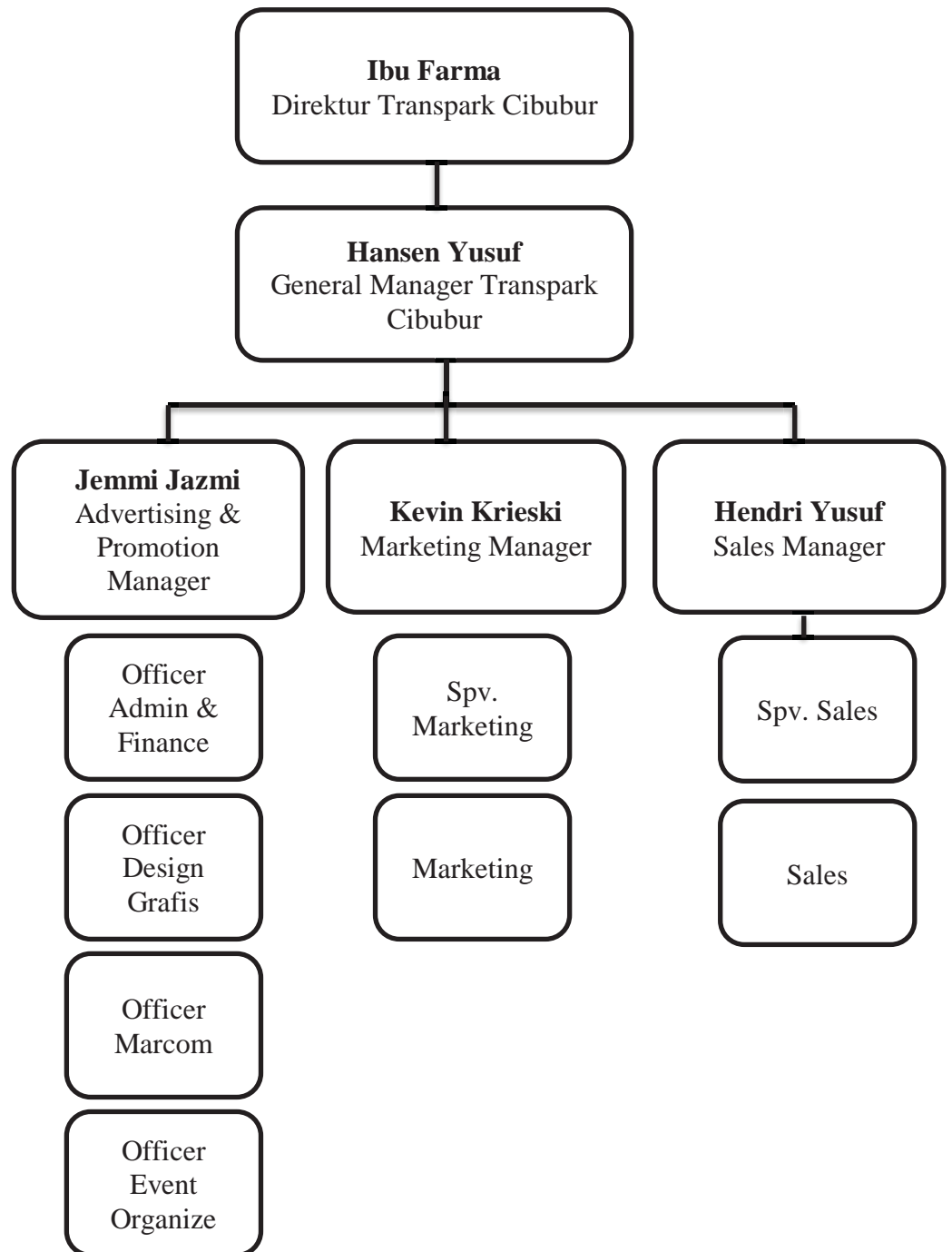
Sumber: transproperty.id

2.1.2 Struktur Organisasi Manajemen Transpark Cibubur

Dalam mengelola bisnis Apartemen Transpark Cibubur diperlukannya pihak-pihak yang dapat berperan dalam berbagai tugas dan tanggungjawab dalam mencapai goals yang sudah ditetapkan. Berikut struktur organisasi manajemen Transpark Cibubur.

Gambar 1.3

Struktur Organisasi Manajemen Transpark Cibubur



2.2 Ruang Lingkup Divisi Terkait

Penulis ditempatkan pada divisi *promotion*, yang memiliki tugas untuk merencanakan dan melaksanakan event setiap minggunya sebagai taktik marketing Transpark memperoleh *Awariness* dan mencapai *objective* yaitu penjualan. Di dalam pelaksanaan event divisi-divisi yang ikut membantu dalam proses kerja *promotion* yaitu.

2.2.1 Sub-Divisi *Marketing Communication*

Kaitan dengan marketing communication adalah dengan melakukan analisi tentang target yang akan menjadi calon pembeli (geografic, demografi, psikologi, serta latar belakang) yang akan diundang menjadi tamu pada gathering yang diselenggarakan. Selain itu, Marketing Communication juga membantu dalam menentukan venue yang akan digunakan dan bintang tamu yang dipilih sebagai daya tarik tamu undangan untuk hadir kedalam acara yang akan diselenggarakan.

2.2.2 Sub-Divisi *Graphic Design*

Kaitan Graphic Design dalam melaksanakan sebuah event adalah untuk membuat dan menghasilkan sebuah materi untuk dipromosikan secara visual. Seperti membuat flayer, banner, dan video teaser yang akan disebar ke sosial media. Design yang dihasilkan harus dikemas dengan menarik, baik dari warna dan font yang digunakan sangat menentukan daya tarik dari materi promosi yang akan dipakai.

2.2.3 Sub-Divisi *Event*

Sub-divisi event melakukan pekerjaannya dari persiapan hingga pada saat hari penyelenggaraan. Dimulai dari melakukan *test food* yang akan disajikan pada acara dimulai, melakukan *Technical Meeting* dengan venue untuk melihat layout venue dengan layout yang sudah disesuaikan dengan tata letak panggung, sound system, ruang vip.

2.2.4 Sub-Divisi *Finance*

Finance berkaitan dengan merencanakan *budgeting* dalam kebutuhan akan diperlukan dalam menyiapkan materi-materi dalam penyelenggaraan event akan berjalan. Seperti membayar sewa *venue*, budget untuk makanan para tamu undangan, dan budget untuk membayar bintang tamu serta, kebutuhan uang tak terduga pada berjalannya acara.

2.2.5 Sub-Divisi *Social Media*

Sub-divisi Sosial media sangat berkaitan dengan publikasi sebelum acara berlangsung hingga setelah acara berlangsung. Sub-divisi sosial media sangat penting untuk meningkatkan *Awariness*.